

한국 내 유튜브의 영향력

유튜브는 매일 한국 사람들이 새로운 기술을 배우고, 새로운 비즈니스를 시작하며 풍요로운 삶을 영위하는 데 도움을 줍니다. 옥스퍼드 이코노믹스의 분석에 따르면, 2020년 한국 경제에 대한 유튜브 창작 생태계의 기여분은 1조 5,970억 원 규모이며, 86,030개의 일자리를 지원했습니다. 유튜브의 영향력은 이에 그치지 않고 더욱 멀리 뻗어나가 한국 국민이 풍요로운 경제적, 문화적, 사회적 혜택을 누릴 수 있게 합니다.

총 경제적 영향력:



2020년 한국 GDP 기여분

1조 5,970억 원



정규직에 준하는 일자리 창출

86,030 개

경제

- 크리에이터에게 **수익을 만들어 주고**, 이를 통해 근로자 및 기업을 포괄하는 생태계를 지원하고 있습니다.
- 기업이 **고객과 긴밀한 관계를 구축**할 수 있게 해 주며, 경쟁력 확보와 성장을 위한 새로운 기회를 제공합니다.
- 근로자의 생산성을 높이고, 맡은 업무를 더 잘할 수 있도록 **새로운 기술**을 배웁니다.

문화

- 한국 크리에이터가 **전 세계 시청자**에게 콘텐츠를 공유할 수 있게 해 줍니다.
- 누구에게나 채널을 시작할 기회를 제공하며, **다양하고 숨겨진 재능**을 한국을 포함한 전 세계를 무대로 펼치도록 돕습니다.

사회

- 수많은 한국인이 실용적인 기술을 터득하고, 정보를 얻습니다.
- 부모와 교사는 학생들이 **교실 안팎에서 학습**을 이어갈 수 있도록 돕습니다.
- 한국이 코로나바이러스의 영향을 받았을 때 수많은 사용자가 **새로운 사회적 규범**에 적응하고, **사업체 운영**을 이어가는데 도움을 받았습니다.

용어

다음 중 하나 이상을 충족 하는 경우 **'창작 기업가'**로 정의. i) 유튜브를 통한 직접적인 소득이 있거나, 유튜브 상에 존재함으로써 부수적인 소득 발생 ii) 자신의 채널을 돕는 유급 정규직 근로자를 고용 iii) 자신의 최대규모 채널의 구독자가 10,000명 이상.

방법론

옥스퍼드 이코노믹스는 설문 조사 데이터와 지출, 수입, 세금 데이터와 같은 공식 통계를 활용하여 유튜브 크리에이터 생태계의 경제적 영향력을 고용 및 GDP 기여분 측면에서 모델링 했습니다. 4,000명 이상의 한국 기반 사용자를 대상으로 550명의 크리에이터와 500개 비즈니스 계정에 대한 세 가지 익명 조사를 진행했습니다. 이어지는 페이지에서는 경제 모델링과 조사 결과에 더해 유튜브 측에서 제시하는 추가 자료와 사례를 보여드릴 것입니다.

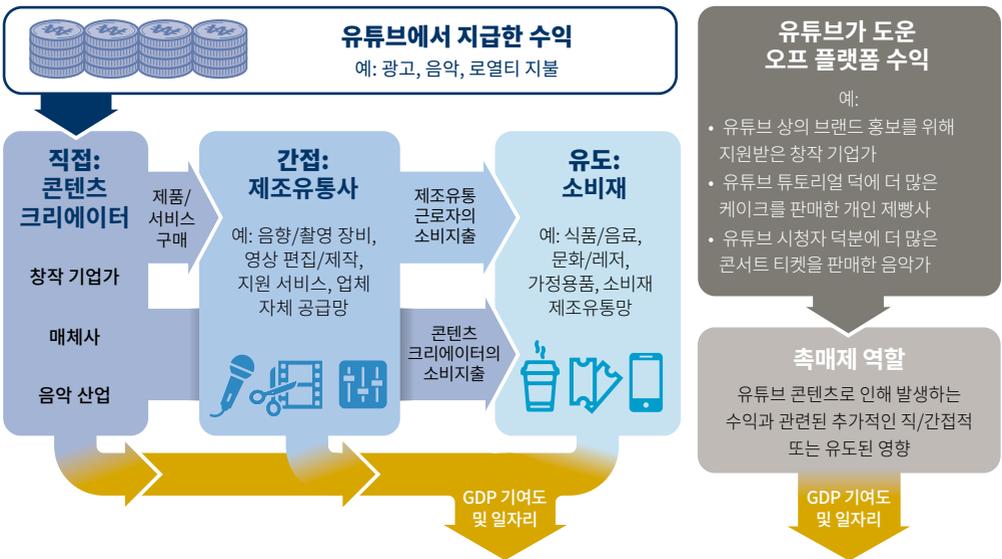
유튜브, 2020년 한국 경제에 1조 5,970억 원 기여

대한민국의 유튜브 커뮤니티는 거대한 국내 시청자층을 기반으로 한국 콘텐츠를 글로벌 시장으로 수출하며 크리에이터, 기업, 소비자, 근로자를 위한 엄청난 경제적 가치를 창출하고 있습니다. 유튜브의 경제적인 영향력의 주요 공급원은 크리에이터와 미디어 회사에 배분되는 광고 수익과 음악 산업에 지불하는 광고 기반 로열티입니다. 이러한 크리에이터 수익과 소득을 유튜브 생태계의 직접적인 경제적 영향력이라 지칭합니다.

유튜브 콘텐츠 제작을 위해, 크리에이터는 각자의 공급망을 통한 제품 및 서비스 구매로 지출을 하며 간접적인 경제적 영향력을 행사합니다. 또 결과적으로, 유튜브 창작 생태계(영상 편집자, 그래픽 디자이너, 프로듀서 등) 또는 공급망에 고용된 근로자들은 각자의 소득을 지출합니다. 이러한 활동은 추가적인 경제적 영향력을 이끌어냅니다.

더불어, 옥스퍼드 이코노믹스는 크리에이터들이 유튜브 상에 존재함으로써 얻는 부수적인 수익을 추정했습니다. 제품 판매 증량, 브랜드 파트너십 또는 라이브 퍼포먼스 참여 등이 여기에 포함됩니다. 이와 같은 "오프 플랫폼" 상의 수익은 경제에 촉매제 역할을 하며, 공급망 관련 활동과 임금 지출을 통해 추가적인 간접적이고 유도적 영향력을 이끌어냅니다.

유튜브 창작 생태계의 총 경제적 영향력은 직접적 및 간접적, 유도적 그리고 촉진적인 영향력의 합산을 의미합니다.



2020년 총 경제적 영향

한국 GDP에 대한 기여분 **1조 5,970억 원**

정규직에 준하는 일자리 창출 **86,030 개**

다음 중 하나 이상을 충족 하는 경우 '창작 기업가'로 정의. i) 유튜브를 통한 직접적인 소득이 있거나, 유튜브 상에 존재함으로써 부수적인 소득 발생 ii) 자신의 채널을 돕는 유급 정규직 근로자를 고용 iii) 자신의 최대규모 채널의 구독자가 10,000명 이상.

참고: 유튜브 자체의 운영에서 오는 기여분과 유튜브 내 광고를 통한 사업체들의 매출 증가로 발생하는 혜택은 결과에서 제외.



크리에이터 비즈니스가 성장하는 플랫폼

한국 크리에이터는 유튜브를 활용하여 창의성을 표현하고, 디지털 커뮤니티에 기술을 공유해 지역 경제에 기여하는 비즈니스를 만들고 있습니다. 오픈 소스 플랫폼인 유튜브는 나누고 싶은 아이디어나 열정이 있는 사람이라면 누구나 사용할 수 있기 때문에 다양하고 알려지지 않은 재능을 인정받을 수 있는 기회를 제공합니다.

2020년 12월 기준, **5,500** 개 한국 채널이 **10만 명 이상**의 구독자를 보유하고 있습니다.*

창의적 기업가의 **82%**가 유튜브가 **직업적 목표에 긍정적인 영향력**을 준다고 답했습니다.

크리에이터의 **80%**는 유튜브가 기존의 매체에 노출되지 않은, **숨겨진 인재**를 위한 플랫폼을 제공한다는 것에 동의했습니다.

2020년 12월 기준, **1천만 원 이상**의 수익을 창출하는 채널 수는 전년 대비 **30%** 증가했습니다.*

박막례, 박막례 할머니 KOREA GRANDMA

2017년 박막례 씨가 치매 위험 진단을 받았을 때, 손녀 김유라 씨는 직장을 그만두고 할머니와 더 많은 시간을 보내기로 결심하였습니다. 손녀의 제안으로 호주로 여행을 떠났고, 김유라 씨가 영상을 찍어 만든 그들의 여행 기록은 할머니가 쉽게 볼 수 있도록 유튜브에 업로드되었습니다. 박막례 씨 특유의 유쾌함과 유머감각이 담겨진 그들의 영상을 순식간에 많은 사람들이 시청하였고 이렇게 ‘박막례 할머니’ 채널이 탄생하였습니다. 할머니와 손녀간의 소통 방식이 전 세계 많은 이에게 사랑받는 하나의 대한민국 브랜드로 성장한 것입니다.

“노인이기에 새로운 일들에 도전하기에 한계가 있다고 생각했다”라고 박막례 씨는 말합니다. 그렇지만 유튜브 채널 개설 이후 그녀는 셀 수 없는 조회수를 기록함과 동시에 여러 브랜드와의 협업, 자서전 출판, 그리고 레시피북도 발간하게 되었습니다. “새로운 직업과 수입원을 찾을 수 있게 해준 유튜브가 있어 얼마나 다행인지 모른다”라고 박막례 씨는 이야기합니다.

130만 명의 구독자와 누적 3억 조회 수 이상을 기록하고 있는 박막례 씨의 새로운 목표는 이 넓은 세상을 최대한 다 보고 즐기는 것입니다. 카메라 하나와 유튜브라는 플랫폼만으로 박막례 씨의 이야기는 전 세계로 뻗어나가며 긍정적 영감을 퍼뜨리고 있습니다.



“유튜브로 얻은 경제적 자립은 삶에 활력을 주었고 나를 다시 꿈꾸게 하는 동기가 되었습니다.”

박막례



한국 기업 성장 지원

유튜브는 한국 전역의 중소기업에게 중요한 도구가 되었습니다. 광고를 통해 기업들은 잠재 고객층과 연결되고, 신제품으로 신규 고객을 이끌어내며, 무료 교육 콘텐츠를 이용하여 근로자와 구성자의 능력 신장에 도움을 줍니다. 사회 모든 계층의 기업가들은 유튜브를 통해 귀중한 수익 창출의 기회를 갖습니다.

유튜브 채널을 가진 중소기업의 **73%**가 유튜브 활동이 고객들이 **해당 기업을 찾는 데 도움**이 된다는 데 동의했습니다.

유튜브 채널을 가진 중소기업의 **69%**가 유튜브가 **다른 기업과의 경쟁에 도움**이 된다는 데 동의했습니다.

유튜브를 이용하는 중소기업의 **68%**가 손쉬운 정보 습득으로 **직원 생산성이 개선**된다는 데 동의했습니다.

손보달, **술바위농원**

2010년, 손보달 씨는 사업을 접고 농사에 대한 열정을 쏟아 평택으로 이주하게 됩니다. 그의 말솜씨를 잘 알고 있던 딸은 유튜브 채널을 열어 농장과 농작물 홍보, 그리고 지역사회에 대한 그의 애정을 남들과 공유하자는 제안을 합니다.

농장에서의 생활을 담은 몇 개의 영상이 채널에 업로드 된 후 25만 명이 넘는 구독자가 모였고, 지금도 손보달 씨는 날로 늘어가는 구독자들과 함께 농업에 대한 열정을 나누고 있습니다. 채널을 통해 구독자들에게 그의 신선한 농작물을 바로 보여주고, 더불어 소비자 반응을 직접 살피면서 고객 맞춤형 농사를 할 수 있게 되었습니다.

손보달 씨는 유튜브를 통해 계속해서 다양한 농작물을 고객들에게 선보일 계획입니다. 지금까지 브랜드 협업 및 협찬, 그리고 농업 용품 광고 등으로 수익을 내었으며, 더 나아가 이러한 성공을 농산물 전문 홈쇼핑 사업으로 확장할 계획입니다.

유튜브의 도움 없이는 시골의 한 평범한 농부가 현재 규모의 수입을 기대하기는 굉장히 어려울 것이라고 손보달 씨는 말합니다. “유튜브가 없었다면 저처럼 농작물의 상품성을 제대로 보여주는 것은 불가능했을 겁니다.”



“저의 채널로 인해 더 많은 소비자들이 농사에 관심을 갖게 되고, 다른 농부들 또한 경제적 이득을 볼 수 있기에 제 채널에 보다 더 큰 의미가 생겼습니다.”

손보달



OXFORD
ECONOMICS



한국 문화의 다채화 및 수출

유튜브는 국내 크리에이터가 글로벌 시청자에게 다가갈 수 있는 수단을 제공합니다. 한국 크리에이터는 플랫폼을 통해 주목할 만한 국제적인 성공을 거두었으며, 유튜브를 활용하여 점점 더 늘어나는 수많은 시청자들과 소통을 이어가고 있습니다.

유튜브 채널이 있는 미디어 및 음악 관련 기업의 **72%**가 유튜브가 전 세계 신규 잠재 고객에게 도달하는 데에 도움을 준다는 것에 동의했습니다.

창작 기업가의 **69%**가 유튜브의 도움으로 접근 방안이 없는 **해외 시청자 층에 콘텐츠를 수출**하고 있다는 데 동의했습니다.

2020년 기준 한국 기반 유튜브 채널의 영상 시청 시간 중 **35%**가 **해외에서 발생**했습니다.*

스마트스터디, 핑크퐁

모바일 앱 중심으로 콘텐츠를 선보였던 스마트스터디에게 핑크퐁 유튜브 채널을 만든다는 것은 파격적인 도전이었습니다. 하지만 플랫폼상에서의 테스트를 통해 사용자들의 수요를 확인하고 콘텐츠 배포를 확대하기 위해 유튜브를 활용하기로 결정하였습니다. 채널을 시작하면서, 유튜브는 핑크퐁에게 글로벌 시장에서의 다양한 가능성을 열어주었으며, 고객 통찰력을 제공하여 빠르게 변화하는 글로벌 트렌드에 적응할 수 있게 도움을 주고 있습니다.

유튜브에 공개된 이후, 핑크퐁의 ‘아기 상어’는 89 억뷰가 넘는 조회수를 기록하는 등 놀라운 성장을 하였습니다. 빌보드 메인 싱글 차트 HOT 100에 20 주 연속 자리하는 기록을 세우며 11개 멀티 플래티넘 등급을 받은 이 곡은, 동요로는 최초로 미국 음반산업 협회의 골드 및 플래티넘 부분의 다이아몬드 인증을 받기도 하였습니다.

‘아기 상어’의 폭발적인 성공을 넘어, 핑크퐁 채널은 현재 20개의 언어로 번역된 5,000편 이상의 동요 및 동화 콘텐츠를 보유하고 있으며, 유튜브 키즈 앱을 통해 5백만 이상의 구독자에게 사랑받고 있습니다. 핑크퐁의 유튜브 스튜디오 책임자인 박한솔 씨는 핑크퐁이 전 세계 어린이들의 사랑을 받고 있다는 것이 가장 큰 자랑이라고 말합니다.



“스마트스터디는 국가와 언어라는 물리적인 벽을 넘어서 우리가 만든 콘텐츠를 전 세계의 더 많은 아이들과 가족들이 함께 즐기도록 하고, 또 문화 콘텐츠의 힘을 통해 아이들의 감각과 상상력을 넓혀주는 재미있는 세상을 만들어 나가고자 합니다.”

스마트스터디



평생 학습을 위한 플랫폼

유튜브는 성인을 위한 다양한 실용적 기술과 학습 거리를 제공하여, 유튜브가 아니었다면 접하기 힘들었을 다양한 배움의 기회를 만들어줍니다. 수많은 학부모와 교사가 교실 안팎에서 활용할 수 있는 유튜브의 교육적 면모를 인정합니다.

사용자의 **92%**가 유튜브를 통해 실용적인 기술을 터득한다고 답했습니다.

사용자의 **96%**가 유튜브를 통해 정보와 지식을 수집한다고 답했습니다.

유튜브를 사용하는 교사의 **72%**가 학생들의 학습에 도움이 된다는 데 동의했습니다.

유튜브를 사용하는 부모의 **69%**가 자녀의 학습에 재미를 준다는 데 동의했습니다.

신용하, / 라이브 아카데미

영어강사를 하던 신용하 씨는 제한된 상황에서만 강의를 할 수 있는 것에 대해 항상 아쉬움을 느꼈습니다. 영어를 배우는 데 비싼 비용이 든다는 잘못된 인식에서 벗어나 가능한 많은 사람들이 스스로 영어를 배우는 힘을 키울 수 있도록 돕고 싶었고, 이를 위해 유튜브 채널을 개설하게 되었습니다. 그는 현재 유튜브를 통해 국내뿐만 아니라 전 세계의 영어 학습을 필요로 하는 많은 사람들에게 도움을 주고 있습니다.

그는 무엇을 배운다는 것은 특별한 방법을 습득하거나 타고난 재능에 의한 것이 아니라, 본인의 노력과 시간으로 얻어낼 수 있다고 믿고 있습니다. 많은 이들 또한 이에 공감하여, 채널 라이브 아카데미는 첫 해에 무려 30만 명 이상이 구독하였으며, 그 이후로도 꾸준한 성장을 기록하고 있습니다.

신용하 씨는 지금도 유튜브를 통해 누구나 좋은 영어 강의를 쉽게 접할 수 있도록 돕고자 하는 목표를 가지고 자신의 유튜브 채널을 통해 다양한 영어 강의 콘텐츠를 선보이고 있습니다.



“원가를 배운다는 것은 특별한 방법을 습득하거나 타고난 재능에 의한 것이 아니라, 본인의 노력과 시간을 통해 얻는 것입니다. 유튜브와 함께 한다면 가능합니다.”

신용하



OXFORD
ECONOMICS



코로나19 팬데믹 시기의 유용한 리소스

수많은 한국인이 전례 없던 코로나19 팬데믹의 압박을 유튜브를 의지하며 헤쳐나갔습니다. 수많은 사용자가 플랫폼에 접속하여 정보를 얻고 즐길 거리를 찾았습니다. 다양한 기업이 유튜브를 통해 새로운 수입원을 찾았고 일부 기업들에게는 유튜브가 이 어려운 시기를 이겨내는데 있어 중요한 역할을 했습니다.

71%의 사용자는 유튜브가 코로나19 팬데믹이 시작된 이후 도움이 되었다는 데 동의했습니다.

64%의 사용자는 코로나19 팬데믹이 시작된 이후 유튜브가 자신의 **정신적/신체적 건강에 긍정적인 영향을** 미쳤다는 데 동의했습니다.

유튜브를 사용하는 중소기업의 **56%**가 코로나19 상황에서 **비즈니스를 지속하는 데** 도움이 되었다는 데 동의했습니다.

땡큐부부, / [THANKYOU BUBU](#)

땡고 씨와 오드리 씨(이하 땡큐부부)는 다른 젊은 부부들과 같이 원룸에서 신혼 생활을 시작했습니다. 당시 새싹 부부였던 땡큐부부에겐 헬스장 이용 요금이 너무 부담스러웠고, 밤마다 근처 초등학교 운동장을 뛰며 건강을 챙겼습니다. 당시는 홈트라는 단어조차도 낯설었던 때였지만, 자신들만의 루틴을 찾은 땡큐부부는 유튜브를 통해서 운동에 대한 지식과 경험을 공유하기로 결심합니다. 이들의 채널은 사람들이 외출하지 못하는 팬데믹 기간 동안 45%의 성장률을 기록하며, 현재 2백만 명 이상이 구독한 채널로 성장했습니다.

“팬데믹 시기에도 유튜브를 통해 많은 사람들과 소통하며 홈트를 알리고, 좋은 에너지와 건강한 생활 식습관 정보를 공유한다는 것에 가장 큰 보람을 느낍니다.”
땡큐부부

“우리의 신혼시절에도 지금처럼 집에서 따라 할 수 있는 홈트 영상이 있었다면 참 좋았겠죠”. 이제 전업 크리에이터로서 땡고 씨와 오드리 씨는 계속해서 많은 구독자들이 신체적인 건강뿐만 아니라 정신적인 건강도 챙길 수 있도록 응원하고 싶다고 말합니다. “유튜브를 통해 많은 사람들에게 홈트를 알리고, 건강한 생활 식습관 정보를 공유하며 이 힘든 팬데믹 시기를 함께 이겨낼 수 있기를 바랍니다.”



방법론 Q&A

유튜브 크리에이티브 생태계의 GDP 기여도를 어떻게 추산했나요?

2020년 유튜브의 총 지불금은 한국 기반 유튜브 콘텐츠 크리에이터를 대상으로 한 설문 조사 결과, 그리고 음악 산업 수익에 대한 공공 정보를 바탕으로 추산했습니다.

유튜브 활동(“제작” 관련 접근)과 관련된 수익에서 중간 비용을 빼는 방식으로 창작 기업가의 직접 GDP 기여도를 추산했습니다. 미디어 및 음악 관련 기업의 직접 GDP 기여도는 표준 GDP 대 산출물의 비율을 추산 지불금에 적용하여 계산했습니다.

그런 다음 “투입-산출” 모델(본질적으로 한국 경제에서 누가, 누구에게 무엇을 구매하는지 보여주는 표)을 사용하여 공급망(간접)과 유도된 영향을 도출한 “소득 승수”를 추산했습니다.

결과는 총액 기준이며, 콘텐츠 크리에이터가 직접 사용하거나 지출을 통해 야기되는 자원, 또는 대체자원은 포함되지 않았습니다.

결과에서 제외된 유튜브 관련 활동이 있나요?

추산치에는 유튜브 자체 운영에서 온 기여분과 유튜브 광고를 통한 매출 증가로 인해 기업이 받은 혜택은 제외되었습니다.

유튜브의 지원을 받은 총 일자리 수는 어떻게 추산했나요?

창작 기업가의 지원을 받는 정규직에 준하는 일자리 수는 주간 근무 시간과 관련된 설문 조사 응답을 참고로 추산했습니다. 주간 작업 시간이 최소 8시간 이상인 창작 기업가의 응답만 포함했습니다. 창작 기업가가 정규직 근로자를 고용하여 지원하는 일자리 역시 설문 조사 응답을 기준으로 추산했습니다.

미디어 및 음악 관련 기업이 지원하는 일자리와 모든 종류의 크리에이터에 대한 간접적 및 유도된 영향을 통해 지원받는 일자리는 GDP 결과에 생산성 추정치를 적용하여 추산했습니다.

참고: 본 문서에 제시된 사례들은 유튜브에서 제공되었습니다.

옥스퍼드 이코노믹스 소개

옥스퍼드 이코노믹스는 1981년 해외로 뻗어나가는 영국 기업과 금융 기관에 경제 전망과 모델링을 제공하기 위해 옥스퍼드 대학교의 비즈니스 컬리지와 함께 설립한 상업 벤처 기업입니다. 창립 이래 본사는 200개국 이상의 국가, 250개 산업 부문 및 7,000개 도시 및 지역에 대한 보고, 예측 및 분석 도구를 제공하는 세계 최고의 글로벌 독립 자문 회사 중 하나가 되었습니다.

영국 옥스퍼드에 본사를, 뉴욕, 런던, 프랑크푸르트 및 싱가포르에 지사를 두고 있는 옥스퍼드 이코노믹스는 250명 이상의 전문 경제학자, 업계 전문가 및 비즈니스 편집자를 포함하여 400명의 정규직 직원을 두고 있습니다.

당사 글로벌 팀은 계량 경제 모델링, 시나리오 프레이밍, 경제 영향력 분석부터 시장 조사, 사례 연구, 전문가 패널 및 웹 분석에 이르는 광범위한 조사 기술 및 사고 리더십 능력을 고도로 갖추고 있습니다.

옥스퍼드 이코노믹스는 기업, 금융권, 정부의 의사 결정자 및 사고적 리더가 필요로 하는 주요 자문기업입니다. 현재, 당사 고객층은 선도적인 다국적 기업과 금융기관, 주요 정부 기관, 무역 협회, 최상위 대학교, 자문 회사, 싱크탱크를 포함한 2,000곳 이상의 글로벌 기구로 구성되어 있습니다.

커버 사진

Travel Man/shutterstock.com

Surachat Treekidakorn/shutterstock.com

Guitar Photographer/shutterstock.com

Sung Hwan/shutterstock.com